



# Kostnadsrapporten

Hur påverkas småföretagen när allt blir dyrare?

Ett samarbete mellan:

företagarna

Sparbankernas  
Riksförbund 

Swedbank 

# INLEDNING

---

Den snabba återhämtningen från pandemin har följts av växande utbudsproblem och störningar i företagens leveranskedjor, vilket har lett till en ökad brist på rå- och insatsvaror men även på arbetskraft. Inflationen, som tidigare drevs upp av stigande energi- och drivmedelspriser, omfattar nu allt fler varugrupper och är nu på den högsta nivån på flera decennier. Kriget i Ukraina och västvärldens sanktioner mot Ryssland tenderar att driva upp råvarupriserna ytterligare i och med att dessa länder är två av världens största råvaruexportörer och det finns även risk för nya störningar i företagens leveranskedjor och högre inflation. Högre produktionskostnader innebär en ökad utmaning för svenska småföretag och den här rapporten visar hur småföretagen med upp till 49 anställda påverkas av de stigande kostnaderna och vilka effekter det kan ha på företagens verksamhet och lönsamhet.

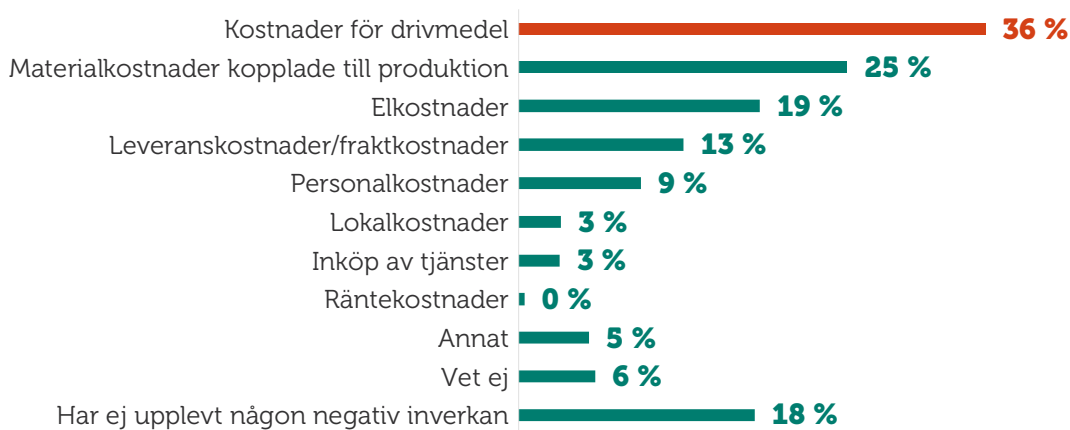
## OM RAPPORTEN:

Undersökningen har genomförts i samverkan mellan Företagarna, Sparbankernas Riksförbund och Swedbank. Totalt har 2 000 företag med minst en och upp till 49 anställda blivit intervjuade av Novus under perioden 7 mars–1 april 2022. Storleken på urvalet och antalet respondenter gör att svaren är representativa för landets privata företag.

## 8 av 10 företag uppger att kostnadsökningarna är skadliga

Nästan åtta av tio företag uppger att kostnadsökningarna har haft en negativ inverkan på verksamheten under det senaste året. Störst påverkan har drivmedelskostnader haft, vilket drygt vart tredje företag uppgav, följt av materialkostnader, kostnader för el samt för leveranser. Effekterna av kostnadsökningarna skiljer sig mellan branscher. Drivmedelskostnaderna har varit särskilt utmanande för transport- och byggföretagen där åtta av tio respektive sex av tio företag uppgav att det har haft en negativ påverkan. Materialkostnader kopplade till produktionen har haft störst inverkan i tillverkningsindustrin men även i byggföretagen, vilket sannolikt är en följd av stigande råvarupriser och en ökad brist på rå- och insatsvaror. Även elkostnader har haft en större negativ påverkan i de tillverkande företagen, tre av tio företag, men även företag inom handeln, transport och restaurang är överrepresenterade. Vart femte företag upplever inte alls negativa effekter av kostnadsökningarna.

**Figur 1. Inom vilka områden har allmänna kostnadsökningar haft störst negativ inverkan på företaget under de senaste tolv månaderna?**



Kostnadsökningarna förväntas fortsätta under de kommande tolv månaderna. Drivmedelskostnaderna väntas öka mest följt av materialkostnader. En fjärdedel av företagen uppger att stigande el- och personalkostnader kommer att vara mest framträdande medan vart femte företag svarar högre leveranskostnader. Även om energi- och materialkostnaderna varit höga under en längre tid har sannolikt det oroliga världsläget, i och med Rysslands invasion av Ukraina, påverkat företagets förväntningar på kostnadsutvecklingen. Högre råvarupriser i synnerhet på råolja, naturgas och kol har påtagligt fördyrat den europeiska elproduktionen och även drivit upp de svenska elpriserna, inte minst i södra Sverige. Kostnader för drivmedel styrs både av omvärldshändelser och av svensk energipolitik, främst genom energiskatter och reduktionsplikt. Endast två procent av företagen räknar med högre räntekostnader det närmaste året trots ett stigande ränteläge och att centralbankerna signalerar flera räntehöjningar för att motverka den höga inflationen. Få företag, sex procent, räknar inte med några kostnadsökningar alls.

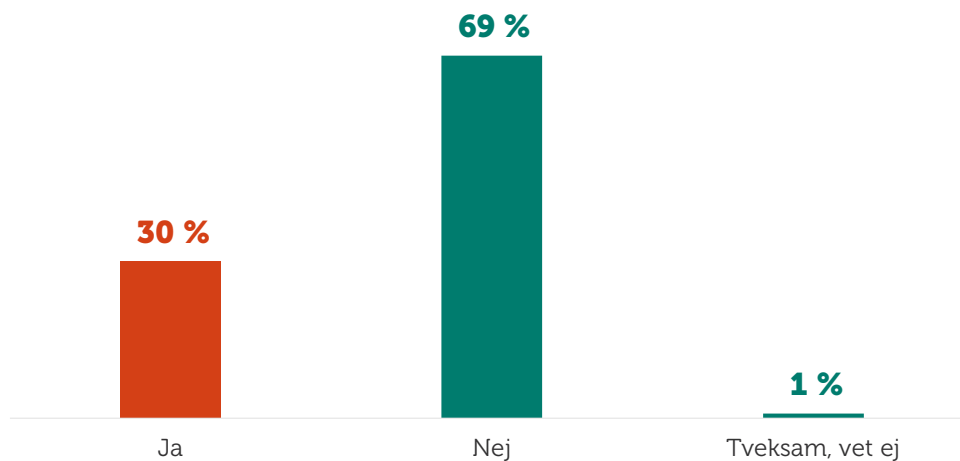
**Figur 2. Vilka kostnader bedömer ni kommer att öka mest för ert företag under kommande tolv månader?**



### Allt fler företag skär i sina kostnader

Tre av tio företag har redan eller kommer att fatta beslut om att skära i kostnaderna de kommande tolv månaderna. Tydligast är det inom handel, transport samt hotell och restaurang, där fyra av tio företag uppger detta. Det här är också branscher som tidigare har drabbats hårt av pandemin. Samtidigt har en majoritet av småföretagen, sju av tio, inte planerat att minska kostnaderna. En förklaring kan vara att företagen redan har gjort kostnadsnedskärningar under pandemin och det kan därför vara svårt att skära ytterligare utan att det skulle påverka produktionen och omsättningen negativt. Minst benägna att minska i kostnaderna, tre av fyra, är företagen inom tjänstesektorn.

**Figur 3. Planerar ni eller har ni i ert företag fattat beslut om att skära i kostnader under de kommande 12 månaderna?**

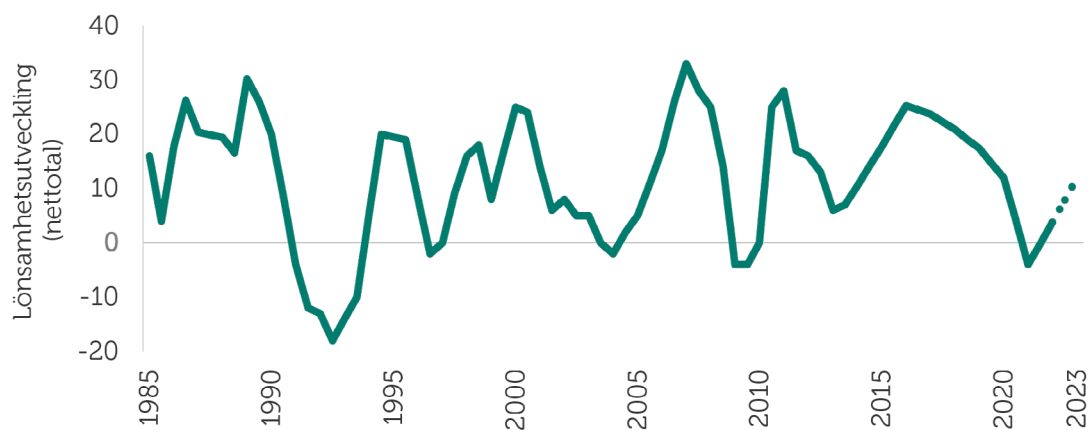




## Allt svårare att behålla lönsamheten

Företagens bedömningar om den egna lönsamheten har inte utvecklats i linje med fjolårets förväntningar, sannolikt på grund av det högre kostnadsläget. Visserligen steg nettotalet<sup>1</sup> för lönsamheten från minus 4 till 4 under de gångna tolv månaderna men det är ändå en betydligt blygsammare ökning än vad företagen förväntade i fjol då nettotalet för lönsamheten förväntades stiga till 32. Det är framför allt inom bygg- och tillverkningsindustrin som lönsamheten har försämrats de senaste tolv månaderna och nettotalet för dessa branscher är nu negativt. Det står i skarp kontrast mot tjänsteföretagen vars nettotal är plus 15, det här är också den sektor som drabbats minst negativt av stigande kostnader. Småföretagen förutser att lönsamheten kommer att förbättras de kommande tolv månaderna men deras förväntningar är påtagligt lägre jämfört med våren 2021, nettotal 12 i år medan det var 32 i fjol. Mest pessimistiska om den framtida lönsamheten är byggföretagen vars nettotal är minus 7. Mest optimistiska är tjänsteföretagen där nettotalet stiger till 25. Även i tillverkningsindustrin och handelssektorn förväntas lönsamheten förbättras men även här är det långt under de förväntningar som noterades i fjolårets undersökning.

**Figur 4. Småföretagens syn på lönsamhetsutvecklingen**



Flertalet företag, åtta av tio, vidtar olika åtgärder för att behålla lönsamheten i företaget. Att höja priserna mot kund är den vanligaste åtgärden, vilket knappt 30 procent av företagen uppger. Detta är tydligast inom tillverkningsindustrin där 40 procent av företagen höjer priset mot kund. Därefter följer företag inom bygg samt handel inklusive transport och restaurang, där 35 respektive 34 procent av företagen höjer priserna för fortsatt lönsamhet. I tjänsteföretagen är motsvarande andel omkring en femtedel. Som redovisats i tidigare avsnitt har lönsamheten varit jämförelsevis god bland tjänsteföretagen, vilket sannolikt är en anledning till att de i lägre utsträckning än övriga branscher behöver höja sina priser. Det är också den bransch som har störst andel företag som inte vidtar några åtgärder.

<sup>1</sup> Nettotal beräknas som skillnaden mellan andelen positiva svar och andelen negativa svar på en fråga. Ett positivt nettotal innebär att fler än hälften har bedömt lönsamheten som god. Nettotalet kan variera mellan plus 100 och minus 100.

Minskade kostnader för transporter är den näst vanligaste åtgärden (13 procent). Att effektivisera produktionen är mest framträdande inom industrin och bygg medan handeln arbetar mer med att minska personalkostnaderna och öka energieffektiviseringen.

**Figur 5. Sett till allmänna kostnadsökningar, på vilket sätt eller inom vilka områden vidtar ni åtgärder för att bibehålla lönsamheten i bolaget?**

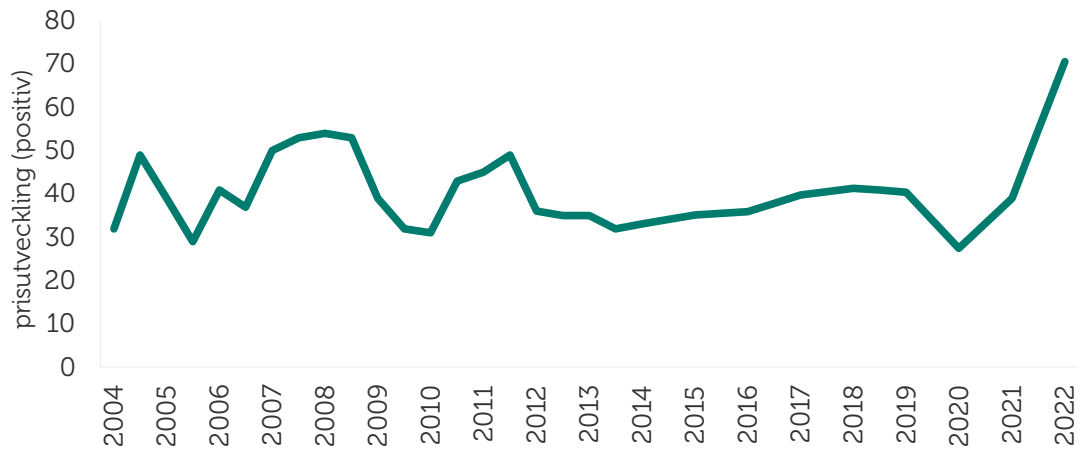


## 7 av 10 företag planerar prishöjningar

Småföretagens prisplaner har historiskt sett uppvisat en relativt stabil utveckling över tid även om en större nedgång inträffade under pandemiåret 2020. I fjolårets undersökning steg dock prisplanerna då 39 procent av företagen planerade att höja försäljningspriserna. I årets undersökning planerar 70 procent av dem att höja sina priser, vilket är rekordhögt i Småföretagsbarometerns historia. Det stödjer också bilden av att småföretagen försöker kompensera sig för de högre produktionskostnaderna.

Inom handel, transport, hotell och restaurang förväntas 86 procent av företagen att höja sina priser. I fallande ordning följer därefter tillverkning (84 procent), byggnad (83 procent) och tjänsteföretagen (53 procent). Företag inom tjänstesektorn bedömer inte i lika stor utsträckning som övriga branscher att energikostnader samt materialkostnader för råvaror och insatsvaror kommer påverka deras verksamheter under det kommande året, vilket kan förklara sektorns något lägre förväntansbild på prishöjningar. Det kan även vara en effekt av att hushållens konsumtion av tjänster har ökat sedan lättnader och sedermera slopande av coronarestriktioner.

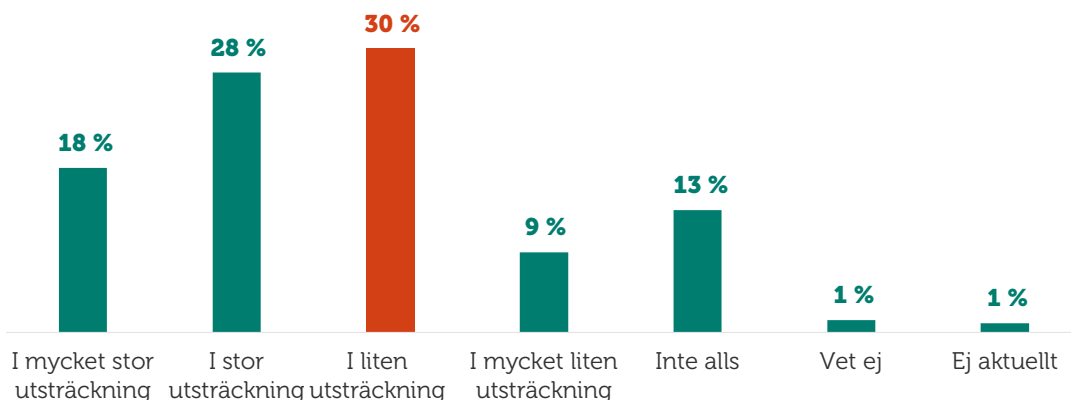
**Figur 6.** Andel företag som planerar att höja priserna under de närmaste 12 månaderna.



För många företag kan det vara svårt att kompensera sig för större kostnadsökningar genom att ta ut högre priser mot kund, åtminstone på kort sikt. Långa affärskontrakt begränsar utrymmet för pris-höjningar eller så krävs det nya förhandlingar med kunder och leverantörer, vilket kan ta tid. Det kan också finnas en osäkerhet hur mycket företaget kan ta ut i högre priser med risk för att tappa kunder. Närmare hälften av småföretagen i undersökningen (46 procent) räknar med att i stor eller i mycket stor utsträckning kunna ta ut högre priser av sina kunder på grund av ökade kostnader i företaget. Detta är särskilt tydligt i tillverkningsindustrin och i byggsektorn, branscher där kostnadsökningarna har slagit igenom i högre grad än i andra branscher med negativa effekter på lönsamheten. Här uppgav sex av tio företag att de kommer att ta ut högre priser i stor eller mycket stor utsträckning.

30 procent av företagen uppger att kostnadsökningarna kommer att tas ut i liten utsträckning via högre priser, vilket också kan antyda om svårigheterna att övervältra ökade kostnader mot företags kunder. En femtedel av företagen tror att de inte alls eller i mycket liten utsträckning kommer ta ut högre priser, vilket är vanligast i tjänstesektorn.

**Figur 7.** I vilken utsträckning tror ni att ni kommer ta ut företagets ökade kostnader på era kunder i form av högre priser på era varor/tjänster?



# AVSLUTNING

---

Vi lever i osäkra tider, och för företagen innebär det kostnadsökningar på flera fronter. De kraftigt stigande kostnaderna i näringslivet är i dagsläget till stor del drivna av omvärldsfaktorer, något som småföretagen måste förhålla sig till i sin verksamhet.

- Hur påverkas företagens kostnader av stigande priser på drivmedel, materialkostnader, hyror och högre räntor?
- Vad får kostnadsökningarna för konsekvenser för företagens marginaler?

Vår undersökning visar att många småföretag står i begrepp att minska kostnaderna det närmaste året. Att möta kostnadsökningar kan ske exempelvis genom att höja priset mot kund eller att minska personalkostnaderna. Samtidigt kan effektiviseringar i verksamheten så som ökad digitalisering eller minskad energianvändning leda till lägre kostnader.

Det finns också kostnader och kostnadsökningar som sticker ut särskilt. De svenska drivmedelspriserna är bland de högsta i världen och innebär att de svenska företagens konkurrenskraft försämras relativt konkurrenterna. Förutom energiskatterna har reduktionsplikten drivit upp de svenska drivmedelspriserna kraftigt. Även om regeringen föreslagit åtgärder i vårändringsbudgeten i form av lägre skatt kommer de svenska drivmedelspriserna vara fortsatt höga. En ökad förutsägbarhet om elpriset och mindre regionala skillnader kräver omfattande investeringar i svensk energiproduktion och en ökad kapacitetsöverföring av el från norra till södra Sverige.

Vi har i Sverige vant oss vid låg inflation och stabila priser under lång tid. Nu är verkligheten en annan och vi noterar att företagen reviderar sin prissättning vilket är långt ifrån enkelt i en värld där allt fler behöver se över sina kostnader. Frågan som får ställas är: hur mycket kan företaget höja priserna utan att äventyra relationerna till sina kunder? Det blir allt tydligare att nästan alla företag kommer att behöva en prishöjningsstrategi där de exempelvis väger många små höjningar mot en större.

Det närmaste året kommer många företag ha ett tufft kostnadsläge och det är en balansakt hur det ska hanteras för att både bibehålla lönsamheten och kunderna. Att Sveriges mindre företag är konkurrenskraftiga och har en stabil tillväxt är viktigt för hur Sveriges ekonomi som helhet kommer att utvecklas.



## Swedbank

Swedbank, Landsvägen 40, 172 63 Sundbyberg  
Postadress: 105 34 Stockholm  
**08 – 585 900 00 | [info@swedbank.se](mailto:info@swedbank.se) | [swedbank.se](https://swedbank.se)**

## Sparbankernas Riksförbund

Sparbankernas Riksförbund, Vasagatan 11, 10 tr, 111 20 Stockholm  
Postadress: Box 16249, 103 24 Stockholm  
**08 – 684 206 20 | [info@sparbankerna.se](mailto:info@sparbankerna.se) | [sparbankerna.se](https://sparbankerna.se)**

## *företagarna*

Företagarna Sverige Service AB, Rådmanngatan 40, 106 67 Stockholm  
**08 – 406 17 00 | [info@foretagarna.se](mailto:info@foretagarna.se) | [foretagarna.se](https://foretagarna.se)**